

## ВОЗМОЖНОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Общее развитие экономических отношений сопровождается обострением конкурентной борьбы участников за долю на рынке. Агрессивные изменения внешней среды заставляют бизнес менять свою внутреннюю организацию в поисках новых конкурентных преимуществ. И в эпоху информационных технологий руководители компаний начинают уделять повышенный интерес к применению современных информационных систем для повышения эффективности бизнеса. Мировое бизнес-сообщество уже давно использует преимущества современной организации и управления бизнесом с использованием информационных технологий, однако, на российском рынке они пока еще остаются слабо востребованными. Но законы рынка одни для всех, и для успешного развития и управления бизнесом требуются инновации. Ситуация меняется к лучшему - все больше российских компаний осознают необходимость применения информационных технологий. Объектный или лоскутный подход автоматизации на предприятии устарел, и простое оснащение техникой рабочих мест не решает главных задач обеспечения качественного управления бизнесом. Здесь необходим комплексный подход автоматизации всех бизнес-процессов предприятия на основе нескольких информационных систем, объединенных единым информационным полем.

Рассмотрим, какие задачи решает и какие цели преследует внедрение информационных систем на предприятии, а также какой эффект получает организация от новых инструментов управления на основе ИТ. Если представлять бизнес, как организацию, осуществляющую производство продукции с целью последующей продажи ее потребителю и извлечения прибыли, то в ее деятельности можно выделить группу взаимосвязанных контуров управления бизнес-процессами. Элементы группы реализуются в отдельных модулях, входящих в состав общей корпоративной информационной системы.

1. Контур управления взаимоотношениями с поставщиками, который планирует и контролирует поставки сырья, материалов и комплектующих, а также выполнение работ внешними контрагентами. Этот контур реализуется в системах класса MRP (Material Requirement Planning), SCM (Supply Chain Management). В задачи управления контура входят задачи планирования и управления процессами снабжения производства, учета складских запасов. Главной задачей MRP модуля является обеспечение гарантии наличия необходимого количества требуемых материалов, комплектующих в любой момент времени наряду с возможным сведением постоянных запасов до минимума.

Работа SCM-системы распространяется за границы данного контура, охватывая более высокие уровни управления, основной задачей которой является управление логистическими цепочками, движением продукта от начальных стадий, когда продукт находится еще в форме сырья и материалов, до конечной стадии реализации его потребителю. Эта ИС позволяет управлять процессом

формирования стоимости продукта на всем протяжении его жизненного цикла. Система дает большие возможности по оптимизации схем транспортных операций, выбору поставщиков и гарантирует доставку необходимого товара точно в срок и с минимальными издержками.

2. Контур управления ресурсами компании, который планирует и контролирует расход финансовых, материальных и трудовых ресурсов в процессе производства продукции. Этот контур реализуется в ERP-системе (Enterprise Resource Planning). Это комплексная информационная система, обеспечивающая взаимодействие всех модулей. Она позволяет наиболее эффективно планировать всю коммерческую деятельность современного предприятия, в том числе финансовые затраты на проекты обновления оборудования и инвестиции в производство новой линейки изделий.

3. Контур управления взаимодействием с заказчиком продукции. Этот контур реализуется в рамках систем CRM (Client Relation Management). CRM - это новая технология ведения бизнеса, определяющая взаимодействие с клиентами во всех аспектах: она касается рекламы, продажи, доставки и обслуживания клиентов, дизайна и производства новых продуктов, выставления счетов, совершения сделок и послепродажного обслуживания. Основной задачей контура является эффективный сбор всей информации о контактах с заказчиком и преобразование этой информации в знания, отвечающие на вопросы бизнеса о том каким образом совершенствовать продукцию, как и кому грамотно ее продать, как проводить маркетинговые кампании, на сколько эффективна работа дилеров.

Автоматизированный механизм управления взаимоотношениями с клиентами помогает руководству компании перейти на более качественный уровень бизнеса, ориентированного на долгосрочные отношения с клиентом, а не только на прибыль.

4. Контур управления продукцией, который контролирует, хранит и предоставляет всю конструкторскую, технологическую, производственную и эксплуатационную информацию об изделии. Реализуется в системах класса PLM (Product Lifecycle Management) — система управления жизненным циклом изделия. Основными задачами системы является повышение эффективности взаимодействия конструкторско-исследовательских работ за счет создания единого информационного пространства и централизованного хранения всех данных об изделии.

В процессе жизнедеятельности предприятия различные ИС генерируют большое количество первичных данных обо всех финансово-хозяйственных операциях. Эти данные являются исключительным интеллектуальным ресурсом организации, который, так же как и другие ресурсы (материальные, финансовые), требует переработки в конечный информационный продукт. Этим продуктом является управленческая информация, необходимая менеджерам компании для расчета бизнес-моделей и принятия управленческих решений.